EL DEBER
DIARIO MAYOR
66 Aniversario

FOTO: FUAD LANDÍVAR

El salto al futuro de un gigante en audiencia

66 AÑOS

Felicitamos en su 66.º aniversario a ELDEBER, uno de los periódicos más importantes de Bolivia. Nuestro sincero reconocimiento a los periodistas por su trabajo. El periodismo responsable contribuye a la educación, el conocimiento, la identidad y la dignidad de nuestro pueblo"

EVO MORALES AYMA
PRESIDENTE DEL ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

Prácticamente, como cruceña crecí leyendo EL DEBER. Sus páginas, sus noticias y sus periodistas nos abren vínculos diarios con la realidad y con el país. Medios como EL DEBER son indispensables para seguir difundiendo los valores de la cruceñidad y de la bolivianidad. Sigan adelante"

ADRIANA SALVATIERRA
PRESIDENTA DEL SENADO

Multiplataforma. El Diario Mayor supo aprovechar los tiempos de cambio para convertirse en la multimedia más importante de Bolivia. Ahora cada uno de sus soportes usa esa fortaleza para proyectar al grupo empresarial en la vanguardia

EL DEBER crece gracias al poder de la multimedia

ROLANDO APARICIO
ROLANDO.APARICIO@ELDEBER.COM.BO

Adaptarse, no cabe otra opción para los medios de comunicación en tiempos de revolución digital, posverdad y redes sociales.

EL DEBER optó por cambiar y, como lo ha hecho a lo largo de sus 66 años de vida, supo privilegiar las necesidades de sus lectores y lograr productos que se ajustan a cada nuevo escenario del periodismo. Además de los cambios en el diario, esto también definió la aparición de las plataformas radial y digital, como medios informativos.

En la cotidianidad cada formato (web, impreso y radio) aporta sus fortalezas, pero es en los casos excepcionales donde cada uno demuestra su potencial.

La capacidad es la respuesta y seriedad de una redacción digital, el alcance de la radio y la jerarquía de una histórica redacción de impreso.

La web: refugio de la verdad

"Eurochronos marcó un hito para la historia del periodismo nacional: fue la primera vez que un hecho de esa gravedad se transmitió en vivo. Había gente publicando videos mientras el hecho ocurría y las redes sociales generaban primicias", analiza María Trigo, editora de la página web de EL DEBER.

Ese 17 de julio de 2017, un asalto en la joyería Eurochronos terminó en una toma de rehenes y una balacera de 30 minutos que se saldó con cinco muertos.

Esa mañana, el diario respondió enviando fotógrafos y periodistas al lugar. Otro grupo se dedicó a buscar fuentes e información oficial y se creó un consejo editorial para la recepción, coordinación y clasificación de la información. Más de 25 personas trabajaron en el caso.

EN NÚMEROS

280.000. Usuarios únicos se informaron en la web durante la jornada del caso Eurochronos. Ese hecho marcó un pico histórico de audiencia en la página.

30 radios en cadena. Para mantener un verdadero flujo informativo, cada día EL DEBER envía sus informativos de radio a todos los medios asociados.

Más de 60. Son los periodistas y fotógrafos que se organizan en la cobertura de una elección o referéndum nacional. Además, es muy importante mantener alianzas con otros medios.

En el piso 2. Allí se encuentran las redacciones de todas las plataformas, un estudio audiovisual y un estudio de radio. Este es el corazón de la creación de contenido de la empresa.

A las 6:00 Se empieza a llenar la redacción. Comienza el turno de la web y el equipo de la radio inicia sus actividades. A las 00:30 es la hora normal de cierre de la edición impresa.

RICARDO MONTERO

"Quiero felicitar a EL DEBER, porque cumple 66 años, esto no es un acontecimiento común, quiero felicitarlos a todos con mucha alegría, que es la alegría de Santa Cruz, por esa misión diaria, que no manca, que es sacar el periódico a las calles"

PERCY FERNÁNDEZ ÁÑEZ
ALCALDE MUNICIPAL DE SANTA CRUZ DE LA SIERRA

Felicito a EL DEBER por sus 66 años de vida institucional. Agradecemos y valoramos el esfuerzo que han realizado para llegar a consolidarse como el medio impreso referente a nivel nacional. Destacamos su empeño y profesionalismo y siempre apoyaremos la libertad de expresión"

ANGÉLICA SOSA DE PEROVIC
PRESIDENTA DEL CONCEJO MUNICIPAL DE SANTA CRUZ

HERNÁN VIRGO

1. La web de EL DEBER es la página informativa más vista del país. Con su inmediatez y sus múltiples posibilidades, es ya parte esencial del triángulo informativo del diario.

RICARDO MONTERO

2. La radio, con su crecimiento imparable, demuestra que los medios tradicionales seguirán vigentes de la mano de la seriedad y del compromiso periodístico.

La interacción día a día: una sinergia que alimenta todos los soportes de EL DEBER

En 2016 tomó el último paso e integró sus medios impreso, digital y radial para crear la redacción más grande del país. El cambio logró los resultados previstos y a la larga demostró que era la apuesta correcta

La segunda década de este milenio trajo grandes cambios en el edificio central de EL DEBER (segundo anillo y avenida San Aurelio).

Tras una reorganización de lugares y algunas remodelaciones, se consolidó una redacción digital que trabajaría junto a la escrita.

Luego vinieron algunos cambios estructurales para que, en el segundo piso, donde funcionaban estas redacciones, se instale un estudio audiovisual, el estudio de la radio y su equipo de producción.

Como pasaba en las redacciones de todo el mundo, la revolución digital provocaba recelo y muchos históricos periodistas se veían, sin previo aviso, ante grandes cambios en sus hábitos y convertidos en productores de contenidos para diversas plataformas.

EL DEBER no estaba ajeno a los fenómenos del planeta y poco a poco todos sus formatos encontraron la manera de integrarse en este gran conglomerado informativo.

A partir de allí se generó una colaboración multimedia que nutre a la web de excelentes contenidos que nacen en el diario escrito, proveen a la radio de la posibilidad de utilizar audios de los videos hechos por la web y el diario impreso logra el acceso a la instantaneidad informativa propia de la plataforma digital.

Al tiempo que se generaba el cambio físico, se fue gestando una cultura de capacitación permanente en la fuerza humana de EL DEBER y un replanteamiento de las estrategias administrativas y comerciales del ahora grupo empresarial.

Por cada piso de la sede de EL DEBER, el trabajo incesante de los periodistas de estas varias plataformas crea una energía vibrante de creación y transformación que se refleja en cada trabajo del grupo.

Las plataformas encontraron la manera de integrarse en este gran conglomerado informativo

"Ese día, mediante WhatsApp y otras redes sociales se pasaron muchas versiones que resultaron ser falsas y generaron incertidumbre en la ciudad. Nuestra web se convirtió en el refugio donde la gente pudo enterarse de lo que estaba pasando en realidad. Trabajamos con responsabilidad y corroboramos todo lo que se publica. Desmentimos muchas mentiras", afirma Trigo.

Más de 280.000 usuarios ingresaron a la página aquel día en que la web de EL DEBER pasó la prueba contra las 'fake news'.

La radio, el medio de todos

Como cada día, Marcelo Huanca, jefe de prensa de Radio El Deber, llegó a las 6:00. No era un día normal, era 6 de diciembre del 2018, día de paro cívico nacional convocado por los defensores del resultado del referéndum del 21 de febrero de 2016.

"De inmediato nos comunicamos con la red de medios y colegas que tenemos en todo el país. De allí obtenemos audios, reportes, declaraciones y opiniones de los vecinos y autoridades de todo el país", comenta Huanca.

Si bien la señal de la radio está enfocada en la zona metropolitana cruceña, gracias a esta red, que el equipo de la radio nutre vía WhatsApp, teléfono, mail y otros medios, EL DEBER Radio es la gran fuente de información en las provincias del interior. A la vez, gracias a esta alianza la radio cuenta con fuentes de información en los rincones más lejanos del país.

"Las plataformas nos complementamos y es el músculo de la multimedia lo que nos diferencia"

"EL DEBER es el centro informativo del país y para eso la radio es el cable a tierra de la empresa. Es la voz en el momento y lugar de los hechos, inmediato, imparable", narra Marcelo, con pasión radialista, luego finaliza: "En un evento nacional como aquel paro, todas nuestras plataformas se unen y cada una ofrece algo elemental. Eso es trabajar como verdaderos periodistas multimedios".

La jerarquía de la historia

Una prueba de fuego para cualquier periódico es la cobertura de una elección nacional. Esto bien lo sabe el periódico EL DEBER, en cuyo equipo se encuentran varios de los más experimentados periodistas del país.

"La planificación es fundamental. Unos 10 días antes ya se inician las reuniones para ir definiendo el plan de cobertura", explica Cecilia Dorado, jefa de redacción de EL DEBER, y continúa: "Para un evento como una elección presidencial o un referéndum nacional, toda la redacción se activa y un equipo de aproximadamente 60 personas trabaja en conjunto sabiendo qué va a hacer para no perder tiempo ni esfuerzo".

La jornada de los periodistas cambió mucho en los últimos años. Hoy, mientras se reportea durante el día, se hacen despachos para la radio y se manda contenido para la web. A su vez, un recorrido de calle se complementa con un reporteo por redes sociales y otras plataformas.

"El músculo de la multimedia es lo que nos diferencia", afirma Dorado y asegura que "lo que aporta el diario es el análisis y la profundización en los temas".

En un tema trascendental para el país, el diario permite generar reflexiones que ayudan al usuario a entender la inmediatez de la web y la radio.

Todas las plataformas acuerdan que al ser una multimedia líder, hoy más que nunca el grupo tiene la responsabilidad de crear contenidos de calidad.

Dorado concluye: "Las grandes historias e investigaciones son las más leídas. No es la plataforma la que decide si algo se lee mucho o no, sino qué tan bien contada está la noticia. Ese es un desafío diario".

Aprovechando las fortalezas de cada uno de sus medios, este grupo consolida, día a día, su posición como estandarte histórico de la comunicación y afronta cada nuevo desafío con la firmeza de quien sabe que está siempre yendo para adelante.

66 AÑOS

"Comencé a comprar EL DEBER a fines de los 80 porque estaba ante una propuesta diferente. Este medio hecho desde Santa Cruz para la nación, es el mejor rostro del periodismo de investigación y crónica, el más leído, el más premiado y con el ideal de su director perpetuo, incentivar la integración"

LUPE CAJÍAS
PERIODISTA Y COLUMNISTA

"Luego de años de investigación en el Cepad, encontramos que el valor más sólido de la gastronomía cruceña no estaba en los platos fuertes sino en el volumen de gollorías y delikatessen que se ofrece por la tarde. Don Pedro lo había descubierto muchos años antes..."

CARLOS HUGO MOLINA
ABOGADO Y COLUMNISTA

FOTO: GABRIEL VÁSQUEZ

Credibilidad. Este es uno de sus principales valores y pilares en los cuales se sustenta esta empresa periodística. Esto precisamente le ha permitido superar más de seis décadas de vida institucional y convertirse en una referencia informativa

Un muro que resiste frente a las fake news

ROXANA ESCOBAR N.
RESCOBAR@ELDEBER.COM.BO

Las fake news, aquellas noticias falsas o contenido de tipo seudo-periodístico difundido a través de portales digitales o redes sociales que tienen por objetivo causar desinformación, se expanden como fuego en gasolina cada tanto y se han vuelto un tema de preocupación para las marcas periodísticas en años recientes. Su impacto fugaz pero nocivo en la opinión pública tanto como el costo en credibilidad para los medios serios que las distribuyen inadvertidamente resultan perjudiciales para la sociedad.

En un mundo digitalizado en el que abundan las fake news, la marca boliviana EL DEBER se ha convertido en referente cuando la audiencia nacional necesita corroborar la veracidad de una noticia. Esto gracias a una serie de filtros y tareas de verificación que son parte indisoluble de nuestra labor diaria, desarrollada a lo largo de 66 años.

Juan Carlos Rivero, presidente del Directorio del Grupo EL DEBER, explica cómo se ha construido esa fiabilidad.

Hay un esfuerzo diario por dar las condiciones para que sus periodistas verifiquen todo dato antes de publicarlo

Destaca que la credibilidad de esta empresa periodística se ha construido día a día y que en ese camino ha sido crucial contar con una planta de periodistas comprometidos con el trabajo responsable de verificar datos, investigar y confrontar sus fuentes, y sin otro interés que el de abrazar la verdad y evitar que cualquier otro interés sectario interfiera con esa búsqueda.

Rivero recuerda que en esta década las fake news han influido incluso en elecciones en otros países, y que algunos expertos pronostican que podrían llegar a ocupar una porción importante del tráfico en redes sociales en los próximos años.

Frente a esto, EL DEBER se ha consolidado como un reducto de confianza para sus lectores y anunciantes. Su labor diaria le ha construido esta credibilidad.

"La credibilidad es la gran fortaleza en cualquiera de nuestras plataformas y es el pilar que nos sostiene como medio de información", subraya Rivero.

"El buen periodismo se hace con investigación y esta empresa periodística hace un esfuerzo constante para brindar las condiciones adecuadas para que sus periodistas y sus platafor-

"En 1994 el amor me trajo a Santa Cruz de la Sierra y en esta ciudad pude colaborar con un periódico que me agradaba por la manera diferente con la que manejaban la información, se respiraba el pueblo en sus noticias, había mucho de barrio y de tradiciones que fue cambiando al ritmo de la ciudad"

HOMERO CARVALHO
SOCIÓLOGO Y COLUMNISTA

"Mi relación directa con EL DEBER comenzó en 2009. El Diario Mayor fue el medio que me acogió. Este diario crece al mismo ritmo que Santa Cruz, lo que equivale a un gran esfuerzo, casi extenuante"

HUMBERTO VACAFLOR
PERIODISTA Y COLUMNISTA

JORGE UECHI

GABRIEL VÁSQUEZ

JORGE GUTIÉRREZ

1. La gráfica refleja el equipo de periodistas que buscan la verdad noticiosa

2. Las herramientas que acompañan y ayudan a los periodistas a realizar su labor

3. La imprenta, donde se elabora el impreso que sale cada mañana para informar y actualizar a la población

mas de noticias puedan seguir en la senda del periodismo de calidad", asegura.

EL DEBER es un filtro

A su turno, el director periodístico corporativo, Tuffí Aré Vásquez, indica que en el mundo digitalizado, en el que circulan caudales enormes de información, deben surgir los filtros, como es el caso de EL DEBER. "Su existencia garantiza que la comunicación que circula sea potable, hablando literalmente", explica.

Aré resalta que los 66 años de EL DEBER son resultado de la "construcción histórica de una institución dedicada a producir y a difundir información con una marca de profesionalismo".

"Las empresas duran poco cuando no tienen valores, cuando no tienen propósitos y cuando no tienen principios, y esta empresa ha tenido principios, valores y propósitos desde sus inicios. Y el principal de ellos es el de servir a la comunidad con información de calidad", afirmó el director periodístico.

"Más allá de los errores, que son normales en la vida de una institución, cumplir 66 años es un hito en la consolidación del Grupo EL DEBER como una marca periodística dedicada a la información mediante el rigor y el profesionalismo", y son esas las certezas que lo convierten en un referente nacional.

Para reforzar esa noción, indicó que la fiabilidad del grupo de comunicaciones está basada en un equipo de trabajo que cada día realiza un trabajo impecable al verificar la información que circula en el mundo digital "y eso hace que cada vez sea menor el riesgo de difundir información falsa".

Para la jefa de redacción de esta casa periodística, Cecilia Dorado Nava, "las fake news no solo han invadido las redes sociales, uno de los principales canales por los que se informa la gente, sino que se han convertido en una amenaza para la reputación de los medios de comunicación".

Estudios internacionales estiman que alrededor del 60% de la población mundial no distingue entre noticias verdaderas y rumores o información falsa. Ante ese panorama, las plataformas de EL DEBER, la web, el impreso y la radio, tienen el reto de ser un muro que contrasta rigurosamente cada dato o noticia, verifica con fuentes de primera mano y cruzan información, antes de publicar un hecho como noticia.

"No es tarea fácil, porque el desafío de ser los primeros en publicar nos pone bajo presión. Siempre decimos que, ante la duda, es mejor esperar y confirmar que desinformar con una noticia falsa que se 'viraliza' fácilmente por las redes. Desde EL DEBER hacemos nuestro mayor esfuerzo para que el contenido que ofrecemos sea verídico y confiable. Sabemos que la credibilidad es nuestro mayor capital como grupo multimedia", expresó Dorado.

Según estudios, más del 60% de la población mundial no distingue entre noticias verdaderas y lo que es un rumor

"El mandato no ha cambiado, siempre será: verificar antes de publicar una noticia"

Uno de los editores de la plataforma digital sostiene que ante los cambios e innovaciones que enfrenta el periodismo, las reglas del buen periodismo son, precisamente, constatar antes de difundir toda información

Las reglas del buen periodismo no han cambiado, como decían los viejos maestros, el primer mandamiento para los periodistas siempre será: verificarás antes de publicar. Los tiempos se han acortado, la distancia entre el hecho y su publicación es cada vez más breve, pero eso no significa que dejemos de lado los valores que han hecho que este medio llegue a los 66 años como el líder a nivel nacional, expresó Christofer André, que junto con María Trigo, es editor de la página web en referencia a las fake news que circulan en redes sociales.

Tecnología. Desde un celular puede acceder a la web

"En la web de EL DEBER trabajamos con ese espíritu, convencidos de que nuestra meta es llegar primero a los usuarios, pero nuestro mandato es hacerlo con la información correcta. Antes de publicar cualquier noticia seguimos un estricto protocolo de revisión de fuentes y cruce de datos, con un enfoque que le sirva al lector para entender mejor nuestra realidad, siempre pensando en darle la posibilidad de que lo consiga en el menor tiempo posible", subraya André.

Esta tarea se ha complicado, en internet abundan las noticias falsas y las fuentes irresponsables que han llegado a tomar la identidad de la web de EL DEBER para mentir al público. Cada tanto ocurre, y se ha convertido en un desafío a vencer. Nuestra mejor arma es y será siempre la verdad, como decía el doctor Pedro Rivero, que fundó esta empresa periodística. "Aquellos que nos leen pueden estar seguros de que detrás de cada noticia, audio o video existe un trabajo profesional que tiene un solo objetivo: que la información sea veraz y útil", sostuvo.

66 AÑOS

"Qué hazaña la de EL DEBER, la de celebrar un año más de vida, fortalecido y victorioso. Lo hace consolidándose como el diario líder a nivel nacional, y uno del único par de diarios bolivianos que ha logrado sobrevivir a todas las crisis imaginadas, políticas y económicas"

MAGGY TALAVERA
PERIODISTA/COLUMNISTA

"Celebro a EL DEBER, un periódico que ha hecho mucho por la cultura de Santa Cruz y que constantemente está buscando renovarse para afrontar los desafíos del presente en el país y el mundo. Responde con rapidez y se esfuerza por proveer de un contexto para el análisis"

EDMUNDO PAZ SOLDÁN
ESCRITOR/COLUMNISTA

Innovación constante. Con juventud y una apuesta tecnológica, el Grupo EL DEBER da saltos para integrar y agilizar las diferentes áreas de la empresa, así como las tareas cotidianas de su sala de prensa

La Redacción vence los retos del cambio de era

CARMELA DELGADO
carmela.delgado@eldeber.com.bo

Desde sus múltiples plataformas, todas integradas en la sala de Redacción, EL DEBER registra la realidad del país. Detrás de cada historia, la innovación es una consigna, mientras se dan pasos agigantados en tecnología. Un equipo de trabajo firme incorpora esos avances en su día a día para ofrecer la información más completa a su audiencia.

La experiencia de los redactores ha crecido con las transformaciones del periodismo. La sala de Redacción se fue amoldando a los nuevos requerimientos del viejo oficio de informar. La mesa de Redacción, editores, periodistas, fotógrafos, infografistas, diseñadores, correctores y fotoelectrónicos, trabajan en cadena para alimentar la página web, el impreso y la radio, con contenido de calidad.

La agenda periodística se traza a primera hora de la mañana con base en los hechos noticiosos que serán destaque en las plataformas más inmediatas, la web y Radio EL DEBER.

El trabajo coordinado del equipo permite llegar a hogares de todos los rincones del país y más allá, sea con un ejemplar impreso de EL DEBER, a través de la página web y las redes sociales o por medio de la frecuencia de la radio. Así, a los pocos minutos de surgida una noticia de último momento, una 'breaking news', se va transformando en una historia que incorpora datos, fotos, videos y hasta posts en redes sociales. Un trabajo periodístico colaborativo que permite que la audiencia encuentre los hechos al instante.

El nuevo sistema editorial

El director ejecutivo, Juan Carlos Rivero Jordán, explica que EL DEBER ha puesto en marcha un sistema editorial inédito en Bolivia para modernizar sus estructuras y aprovechar la integración de las distintas secciones del multimedia.

Con esto se pretende que todos los servicios y unidades sean cada vez más ágiles y rápidos, para evitar procesos intermedios que pueden llevar a duplicar esfuerzos.

Rivero resalta que el sistema editorial "no es otra cosa que una innovación tecnológica", partiendo de que los procesos manuales sean sujetos a automatización, lo que permite que las personas se enfoquen en nuevos productos creativos.

El sistema editorial viene a integrar todas las áreas que participan en la elaboración de la información y puede que la audiencia no lo note, pero en adelante será determinante para ofrecer más y mejores servicios en publicidad, clasificados, circulación del diario impreso, contabilidad y finanzas, porque permite centralizar y tener una base de datos en cada área.

Esta innovación también ha permitido emprender el rumbo en nuevas formas de trabajo, con capacitación para enfocarse en los nuevos retos.

Todos los profesionales relacionados con la edición de contenidos tienen acceso al sistema y pueden tomar mejores decisiones. Lo mismo pasa con la gestión de la publicidad, en esta área se está trabajando para facilitar un acceso más directo a los anunciantes, así como la posibilidad de realizar pagos en línea. EL DEBER apuesta por la implementación de la tecnología, porque representa una ganancia de tiempo.

Desde el punto de vista creativo, la innovación es también permanente en la creación de nuevos productos para los lectores y los anunciantes, y todo redunda en un buen clima laboral.

Se ajustan a los cambios

Cada uno de los recursos humanos que tiene EL DEBER juega un rol importante en el trabajo diario. Algunos de ellos hablan de su experiencia.

Álvaro Rosales, que es parte del equipo de Economía, señala

La organización y coordinación entre las diferentes plataformas son parte de la fortaleza de este diario

1

DESDE LA SALA DE REDACCIÓN

Las publicaciones. No toda la producción digital llega a una edición impresa, porque de forma paralela se elabora otra pauta con la profundidad y el análisis que exige la publicación del diario impreso.

La agenda. La reunión entre la mesa de Redacción y los editores de cada una de las áreas del periódico define la agenda que a su vez es nutrida por los periodistas. También ven los temas de apertura y portada.

Reconocemos el trabajo incansable de este grupo de medios periodísticos, que desde el año 1965 han reflejado el crecimiento económico de la región, de su gente y de su ciudad capital, que viene a ser la más idónea y la más leal forma de servir a una región y a un país"

OSWALDO BARRIGA KARLBAUM
PRESIDENTE DE CADEX

La Academia Tahuichi Aguilera expresa su más profundo reconocimiento por el valioso apoyo y solidaridad que siempre le han brindado para poder seguir formando jóvenes con mente positiva. Gran parte del progreso cruceño se debe al espíritu visionario de EL DEBER"

ROLY AGUILERA GASSER
PRESIDENTE ACADEMIA DE FÚTBOL TAHUICHI AGUILERA

FOTOS: CRISTIAN ARAÚZ

INTEGRACIÓN EN LA REDACCIÓN
El trabajo en equipo permite elaborar un mejor producto para los lectores

HERNÁN VIRDO

1. La sala de Redacción en La Paz tiene un equipo de periodistas que trabaja para las diferentes áreas y plataformas del periódico

2. La jefa de Redacción, Cecilia Dorado, al igual que otros periodistas, participa en la radio y de la producción digital

Listos para las coberturas. Los periodistas y fotógrafos salen a la calle para nutrir la página web con fotografías, videos e incluso con transmisiones en vivo para describir al momento lo que está ocurriendo.

Integración. Los invitados que llegan al diario EL DEBER destacan el trabajo y la conexión entre los ambientes de la radio y la redacción digital. Esa sincronía lleva a aprovechar mejor el material informativo.

Corresponsales. La coordinación llega a provincias y departamentos donde hay corresponsales y colaboradores que nutren a EL DEBER. En La Paz, una redacción provee al Grupo con la realidad de la capital.

"Ser periodista multimedia transforma la habilidad de informar desde distintos canales"

ÁLVARO ROSALES
PERIODISTA

El desafío es la inmediatez que exige lo digital y la profundidad que caracteriza al diario impreso"

DEISY ORTIZ
PERIODISTA

Lo que no ha cambiado es la obligación de informar con veracidad, equilibrio y pluralidad de fuentes"

RAFAEL VELIZ
PERIODISTA

Con la irrupción del internet estamos viviendo un cambio de era hacia lo digital, todo se transforma"

NELFI FERNÁNDEZ
PERIODISTA

que "la producción y distribución de contenidos y coberturas multimedia son el puente que nos mantiene en sintonía con la audiencia". Rosales entiende a esta como una comunidad globalizada y sin fronteras, que también demanda una mirada local. "Un cable a tierra para ver nuestra realidad".

Tiene claro que pertenece a las primeras camadas de periodistas multimedia del Grupo EL DEBER, lo que significa "transformar nuestras habilidades para informar desde distintos canales". Sobre las aptitudes naturales de los periodistas, como trabajar en equipo, saber escuchar y estar abiertos al aprendizaje, "las nuevas tecnologías son solo herramientas que acompañan esta evolución", apunta.

Rafael Veliz, del área Política, señala que "ser periodista en el siglo XXI es todo un reto".

"Ya no basta con el relato escrito de la noticia", los periodistas hemos adquirido la capacidad de relatar para diferentes plataformas. "Imágenes y audio hacen que el formato de noticia hoy conecte con la audiencia y eso es clave para seguir el ritmo de la revolución tecnológica".

Para Ángela Calderón, que es parte del equipo de Sociales, el desafío es seguir aprendiendo y capacitándose constantemente. "Tenemos que estar a la par, las nuevas tecnologías son grandes aliadas para realizar nuestro trabajo, para ser constantes en la calidad e inmediatez que requieren estos tiempos", afirma.

Nelfi Fernández, periodista de la web del Grupo EL DEBER, resalta que "con la irrupción de internet estamos viviendo un cambio de era hacia lo digital, todo se está transformando y el periodismo también".

"Comencé a recorrer este camino en 2008 cuando Facebook era un bebé de cuatro años y la inmediatez no desbordaba nuestras vidas tanto como ahora. El periodista tenía menos herramientas para cosechar y contar historias, pero pisaba más la calle", recuerda Fernández. "La vorágine de las noticias nos hizo especializarnos y hoy por hoy es la única forma en que se puede hacer un periodismo que comulgue con tus principios y con la ciudadanía", agrega.

Para Deisy Ortiz, periodista del área Santa Cruz, pensar con la inmediatez como meta "fue un desafío". "Las plataformas digitales exigen también la profundidad que caracteriza al periódico impreso. La plataforma digital nos impulsa a capacitarnos constantemente".

66 AÑOS

EL DEBER como un baluarte periodístico ha marcado una época y lo sigue haciendo desde la visión de la tecnología orientada al ámbito digital, que nos da la percepción de que sigue vigente. La senda trazada por el Dr. Rivero y su familia continua como un elemento diferenciador en el medio"

JOSÉ ANTONIO DE CHAZAL
RECTOR DE LA UDI

Es justo reconocer la invaluable tarea que realiza EL DEBER en beneficio de la sociedad cruceña y boliviana, donde se aprecia un medio de prensa, con la madurez necesaria para continuar con los cambios y retos que plantean la digitalización y la diversificación de plataformas"

GRAL. BRIG. JOSÉ LUIS SALAZAR ESCOBAR
COMANDANTE DE LA OCTAVA DIVISIÓN DEL EJERCITO

CARLOS ORIAS B.
CORIAS@ELDEBER.COM.BO

Danza de cifras. El grupo de comunicaciones inició años atrás un exitoso camino digital, que ha llevado la marca de noticias a un primer lugar en la preferencia de sus usuarios. El ritmo de usuarios únicos se acerca poco a poco a los 400.000 por día

La web de EL DEBER, primera en audiencia

En cuatro años, EL DEBER logró posicionarse como la página web informativa con mayor audiencia en Bolivia. Ese logro habla de los principios sobre los que se basa el trabajo cotidiano en la sala de Redacción, pero también se explica en la firme apuesta de este grupo de comunicaciones por adaptarse a la nueva época, liberar la creatividad de sus periodistas, y acoger a una de las primeras camadas de redactores digitales del país en un espacio de trabajo que traduce a diario la tecnología en contenidos que son útiles, veraces y oportunos.

Días atrás, el 5 de febrero de 2019, la página web marcó un récord de audiencia al recibir 412.381 usuarios únicos, según Google Analytics. Esa fue la cantidad de dispositivos que se conectaron en el día con los portales que componen la presencia de EL DEBER en internet: eldeber.com.bo, diez.bo y sociales.com.bo. La anterior marca, de 412.317 usuarios únicos, databa el 19 de octubre.

EL DEBER no se queda corto en cifras para mostrar, y más allá de los datos sobre su liderazgo informativo digital, el crecimiento anual de su audiencia es un registro del incremento en el tráfico de internet en Bolivia, así como en el uso de dispositivos móviles. Por ejemplo, gracias a las estadísticas de la web sabemos que los celulares superaron a las computadoras en el acceso a noticias en octubre de 2015.

Así también, las estadísticas mensuales de enero a enero desde 2017 muestran que los usuarios únicos aumentaron de 2,56 millones hace dos años, a 3,64 millones el mes pasado.

El hábito de recurrir a EL DEBER para informarse cada día se puede describir desde otro ángulo: la cantidad de páginas vistas, es decir, de noticias que recibieron un clic de los usuarios, se triplicó de 24,9 millones en enero de 2017, a 61,4 millones el mes pasado.

Un aprendizaje de todos

Son los números de un camino hacia el éxito marcado por el aprendizaje de una nueva manera de hacer periodismo. En este tiempo la audiencia exige sentido, no solamente información, y los medios disputan el tiempo de atención que el público les dedica.

Por ello, el aprendizaje más crucial de todos, por cuanto tiene que ver con la manera en que se traza la agenda informativa de cada medio, llevó al conjunto de la sala de Redacción a entender mejor cómo el público consume noticias hoy por hoy. Cuáles son sus horarios de atención, qué dispositivos utiliza y qué contenidos merecen unos segundos más o unos segundos menos de lectura.

Casi cinco años atrás, en agosto de 2015, EL DEBER ya había marcado época al dotarse de un equipo de 18 periodistas y editores para sus tres portales noticiosos.

Esa apuesta empresarial por desarrollar el sitio de noticias con la mayor audiencia en Bolivia representó también un cambio cultural al interior de la sala de Redacción. Ya no se volvería a pensar solamente en la edición impresa del día siguiente. A partir de ese punto, EL DEBER se convirtió en un medio con múltiples plataformas informativas, y los periodistas tuvieron que aprender nuevas tareas, lenguajes y capacidades.

Hasta entonces, ninguna otra sala de Redacción en el país había sido alcanzada por un momento de cambio tan profundo como el que representó la incorporación de "la web" a las

A partir de ese punto, EL DEBER se volvió un multiplataformas y los periodistas tuvieron que aprender nuevas tareas

LAS FORTALEZAS

1 Todo tipo de información. La web de EL DEBER está pendiente al minuto de lo que ocurre en Bolivia en todos los ámbitos de la información, sin descuidar que los usuarios también buscan contenido suave como virales o notas divertidas.

2 La alianza con BBC Mundo. En 2017 la cadena británica de noticias eligió a EL DEBER como el medio boliviano con el cual establecer una alianza. Sus contenidos están disponibles en la página web.

3 Expertos en contar historias . Con el respaldo de saber relatar noticias, EL DEBER desarrolla su área de branded content, que le permite difundir contenido útil relacionado con marcas por medio de su web y de sus redes sociales.

4 El trabajo en conjunto. El giro hacia una cultura digital en la sala de Redacción ha permitido sumar esfuerzos en beneficio de una web que permanece nutrida de información y ofrece decenas de actualizaciones a lo largo de cada jornada.

5 Planificamos siempre. La organización de la redacción dedicada por décadas al impreso se reinventó en un plantel periodístico que asume las coberturas como una tarea de equipo y asigna recursos y personal a las historias que van a marcar la agenda nacional.

FOTO

1. En horarios de oficina. La versión de la web para computadoras personales y tabletas recibe más visitas de lunes a viernes, cuando el tiempo de permanencia es más alto.

2. De Rusia, con amor. Una selfi desde Moscú, con la que el boliviano Gustavo Velázquez, que estudia una maestría en Finanzas en la capital rusa, muestra cómo EL DEBER lo acompaña

"La innovación es uno de los pilares que Cainco ha levantado como bandera para generar crecimiento en las empresas y en la sociedad. EL DEBER ha asimilado una actitud y accionar innovador, reinventándose para ir con las tendencias mundiales. Felicidades por ser un medio de vanguardia"

JORGE ARIAS
PRESIDENTE DE LA CAINCO

"La libertad de prensa es esencial en la vida de los pueblos. Por ello, felicito a EL DEBER en sus 66 años de creación y trabajo ininterrumpido informando con la verdad. Destaco el rol que cumple, expresando un periodismo libre y sin censura"

OSWALDO ULLOA PEÑA
VICERECTOR UAGRM

ARCHIVO

GUSTAVO VELÁZQUEZ

tareas cotidianas en el corazón de EL DEBER.

En el nuevo escenario

Y para consolidar esa dirección fueron necesarios talento joven, comprensión del ritmo de las redes sociales, lectura de métricas, edición de video, instinto para los virales, community managers, entre otros. Una lista de capacidades que eran inéditas para los medios tradicionales en Bolivia, pero que se han vuelto imprescindibles para su reinvención en esta década.

El nuevo escenario, demarcado por las tecnologías de la información, se impuso y EL DEBER ha conseguido ser también un actor de primera línea y un referente en el ámbito digital. Se lanzó a tiempo a esa transformación y ahora puede mostrar en cifras la solidez de su poder de difusión con picos de audiencia que ya se acercan a un ritmo diario de unos 400.000 dispositivos, y que se suman al alcance y la compañía de EL DEBER Radio, y a la influencia y credibilidad que acompañaron al impreso durante décadas.

Novenos en el ranking Alexa

La lista online destaca a EL DEBER como una de las marcas bolivianas más recurridas en internet y como el sitio informativo más visitado en el país. Mide su desempeño en usuarios únicos y páginas vistas

El incremento en el tráfico de Internet y la explosión en el uso de dispositivos móviles en años recientes en Bolivia están reflejados en la masiva preferencia de los usuarios por las noticias de EL DEBER, y uno de los testimonios de ese éxito es el ranking Alexa (alexa.com), que mide constantemente el desempeño de una página con respecto a todos los demás sitios web en el trimestre anterior. La web de EL DEBER figura en noveno lugar entre los sitios más visitados del país.

Esta medida de popularidad, que es una credencial más para las métricas del grupo de comunicaciones, combina un promedio diario de visitantes únicos con otro de las páginas vistas en ese sitio, para determinar la posición de cada sitio en la lista. En el caso de EL DEBER, es el medio de comunicación digital mejor ubicado en la lista de páginas activas en Bolivia.

Pero además, EL DEBER es una de las dos marcas bolivianas entre los primeros diez sitios del ranking Alexa, siendo las otras ocho gigantes globales de internet como Facebook, Google YouTube o Wikipedia.

Visto como una medida de tráfico, Alexa es un referente que se agrega a otras métricas que se emplean a diario para determinar el desempeño de las noticias y publicaciones de EL DEBER, como son las estadísticas de Google Analytics, que mide usuarios únicos, páginas vistas y visitas, y las de Chartbeat, que arroja datos sobre la calidad de las interacciones del público con los posts en redes sociales, así como la calidad del tráfico en la web.

66 AÑOS

"Desde que llegué a Santa Cruz en 1993, siempre tuve una gran admiración por EL DEBER, un periódico y una empresa que ha trabajado en defensa de la sociedad boliviana. Este medio es parte de mi crecimiento como persona y profesional. En mis planes de marketing y comunicación siempre está EL DEBER"

TANIA MARTINS DE MIRANDA
PERIODISTA/BRASIL

"Son 66 años de una labor impecable. Periodismo con coraje y responsabilidad. La libertad de expresión es el tesoro más preciado y ustedes han demostrado estar a la altura para defenderla en cada momento. Gracias por el compromiso de difundir lo que pocos se animan a decir"

TOMÁS MONASTERIO
DIPUTADO NACIONAL

GABRIEL VÁSQUEZ

CAFÉ VIP EMPRESARIAL
En octubre de 2018 se reunieron más de 60 ejecutivos

Visión. Café Vip EL DEBER, Un desayuno con... y BrandED Contenidos son productos que nacieron en 2018 para conectar al grupo con líderes económicos del país. Se trabaja desde multiplataformas, con mucho éxito

Hemos creado vínculos con el empresariado

ÁNGELA CALDERÓN
apcalderon@eldeber.com.bo

Con el objetivo de conectar con la comunidad empresarial, Grupo EL DEBER creó Café Vip, Un desayuno con... y BrandED Contenidos tres productos que en poco tiempo se han consolidado entre el público y las empresas que ven una oportunidad de difusión veraz en una alianza estratégica que les permita trabajar de la mano con esta marca de comunicaciones. EL DEBER está en busca de espacios en los que se puedan compartir y difundir valores de gestión que repercuten en el desarrollo de la sociedad, la empresa privada y el país.

Café VIP en Expocruz

El Café Vip arrancó en septiembre en la Expocruz 2018, como una manera de mostrar a los protagonistas de la mejor vitrina comercial de Bolivia.

"Si bien partió de una iniciativa comercial, también fue iniciativa de redacción y del trabajo en equipo. Esa sinergia que logramos con Café VIP, Un desayuno con... y BrandED Contenidos ha logrado que sean productos de mucho éxito del Grupo EL DEBER", explicó Diana Hurtado, gerenta comercial.

Durante las 10 noches de feria, un conjunto de periodistas

En marzo llegarán sorpresas con una edición especial del Café Vip por el aniversario 66 del Diario Mayor

"EL DEBER tuvo el mérito de reflejar de manera veraz y comprometida, desde 1953, la transición de Santa Cruz de aldea a metrópoli. En ese transitar, supo adaptarse a las nuevas tecnologías hasta convertirse en referente del periodismo. Hoy un multimedia consagrado a su comunidad y la nación"

LAUREN MULLER DE PACHECO
RECTORA DE LA UPSA

"Cumplimos 66 años y que vengan más", dijo doña Rosita Jordán. A este deseo se suma el Colectivo Rebeldía, porque EL DEBER nos acompaña en la reivindicación de nuestros derechos, disentimos en el abordaje de algunos temas, pero siempre es un aliado de la agenda de las mujeres"

CATALINA RODRÍGUEZ
PERIODISTA/CASA DE LA MUJER

RICARDO MONTERO

GABRIEL VÁSQUEZ

1. En la Expocruz 2018, EL DEBER tuvo su sala vip (set) ubicada en el ingreso al salón Chané

2. Tuffí Aré, junto con Pablo Bedoya, uno de los empresarios invitados a Un desayuno con...

realizó entrevistas a los protagonistas de Expocruz; empresarios de todos los sectores presentes en la muestra, azafatas y visitantes, entre otros, en un set de transmisión ambientado como una sala vip (set), ubicada junto al salón Chané del campo ferial.

Estas entrevistas fueron colocadas en una edición especial en el impreso y retransmitidas por EL DEBER Radio (FM 103.3) y mediante streaming en la página web y en redes sociales para amplificar su audiencia.

Con los resultados de audiencia de esas transmisiones se puso el foco en potenciar el Café Vip, pero también los otros productos dirigidos a potenciar el relacionamiento con otras marcas que aportan valor a la sociedad.

"Citamos a empresarios y trajimos a especialistas para hablar de temáticas de interés, como transformación digital y producción de contenidos ligados a marcas, que es un recurso interesante para dar a conocer productos y empresas", acotó Hurtado.

La infraestructura de EL DEBER quedó pequeña para seguir con el proyecto y la tercera experiencia se realizó en el hotel Marriott con la temática: la mejor forma de predecir el futuro es creándolo, ante una audiencia de un centenar de personas.

En marzo se verán más sorpresas con una edición del Café Vip por el aniversario número 66 de EL DEBER, que seguirá la línea de temáticas de interés para la comunidad empresarial.

"La marca EL DEBER sigue mostrando su liderazgo en todas las comunidades que ingrese"

DIANA HURTADO
GERENTA COMERCIAL

"El usuario valora las entrevistas porque encuentra historias de éxito, se identifica y aspira a repetir el éxito"

TUFFÍ ARÉ
DIRECTOR PERIODÍSTICO CORPORATIVO

"La audiencia joven de nuestras redes sociales las convierte en el espacio natural para contenidos de marcas"

CARLOS ORÍAS B.
EDITOR DE BRANDED CONTENIDOS

Cita con líderes económicos

Un desayuno con... es un sector de entrevistas realizadas por el director periodístico corporativo, Tuffí Aré Vázquez, a directores y gerentes de empresas de primera línea en el país. Empezó el año pasado y ha tenido muy alta aceptación, como muestran las cifras de audiencia de cada entrevista difundida en la web.

Las más de 40 entrevistas se publicaron los domingos en la edición impresa y también en el sitio de noticias de EL DEBER.

"El público valora las entrevistas. En ellas encuentra historias de éxito, se identifica, aspira a repetir el éxito empresarial, la ética y el estilo de gestión. Pero, sobre todo, le atrae descubrir qué hay detrás de quien maneja una empresa de renombre: su rutina, sus gustos, su familia y su formación", explicó Aré.

Esos datos aportan el color de una crónica al contacto con personajes que manejan empresas de peso en Bolivia y permite que la audiencia conozca cómo ven la actualidad y la actividad en sus áreas, pero también su entorno y su contexto humano. "Ese mix abrió un sector de innovación en nuestras plataformas, destaca el director periodístico.

El conjunto de las entrevistas retrata tres generaciones de empresarios: "La más experimentada, que está entre los 60 y 70 años de edad, la del centro, entre 40 y 60, y los que están entre 30 y 40, la nueva camada de líderes".

"Procuramos equilibrar género y edades en nuestros entrevistados. Hemos conversado con cargos ejecutivos altos, accionistas o la generación de hijos de accionistas que ya están dirigiendo empresas", señaló Aré.

La respuesta de la audiencia se ve en las cifras de métrica digital, que ubica las entrevistas entre las más leídas de cada domingo. La entrevista impresa se difunde por la web, acompañada por video, y todo se comparte en las redes sociales de EL DEBER para multiplicar su alcance.

La respuesta de quienes se han sentado a desayunar con el director periodístico en los nueve meses de este espacio ha sido positiva. No pocos han mostrado su satisfacción al compartir las entrevistas en sus redes.

Las entrevistas del desayuno se ubican cada domingo entre las 10 más leídas en la web de EL DEBER

A corto plazo se planea mejorar la calidad técnica de las grabaciones de las entrevistas y ampliar la invitación a empresarios y líderes de todo el país.

BrandED Contenidos

Casi a la par del Café VIP en la Expocruz 2018 nació el área de BrandED Contenidos, con la que el Grupo EL DEBER comienza a trabajar en marketing digital para marcas desde la solidez de su plataforma digital y su numerosa comunidad en redes sociales.

Con una carpeta de recursos que incluye notas para impreso y web, fotogalerías, videocápsulas, entrevistas radiales, posts en redes sociales y emisiones de Facebook Live, el área de contenido ligado a marcas desarrolla microcampañas de difusión con la premisa de aportar ideas mediante mensajes efectivos.

Los contenidos, que tratan sobre los valores de una marca o la experiencia de sus usuarios, se difunden por medio de las tres plataformas de EL DEBER.

La audiencia joven y numerosa de esos multimedia los ha convertido en el espacio natural para desarrollar esta experiencia de contar historias útiles, combinando técnicas de periodismo, marketing y diseño, como forma de resolver las necesidades de comunicación de las empresas.

66 AÑOS

"Es un privilegio poder reclamar EL DEBER, el cumplimiento de autoridades: los casos de venta de drogas, mercados sucios y desordenados o transporte suicida. En Para Ellas, mi preferida, resaltando los valores de inolvidables mujeres cruceñas. Que los hijos de Pedro y Rosita sigan sus pasos al pie de la letra"

MERCEDES ORTIZ DE VALDIVIA
CÍVICA Y ACTIVISTA

La familia Rivero Jordán, a lo largo de mi carrera me hizo sentir parte de la gran familia de EL DEBER. Cuando empecé, don Pedro me hacía publicidad sin costo alguno los fines de semana en la revista Extra. Hacíamos El rostro de la semana y La columna de la juventud

PIPPO GALARZA
ESTILISTA Y 'PEINADOR DE REINAS'

Premios y compensaciones. Los periodistas del Grupo EL DEBER trabajan sin esperar otra recompensa que la misión cumplida de edificar la sociedad. Los incentivos a su labor son fruto de esa entrega diaria, responsable y desinteresada

Los reconocimientos son la medida de nuestra entrega

AIDA DOMÍNGUEZ P.
ADOMINGUEZ@ELDEBER.COM.BO

A EL DEBER ha aportado significativamente en todos los ámbitos del periodismo bajo los principios fundamentales de respeto a la libertad de pensamiento, ideas y opiniones. En ese cometido, han colaborado sus plataformas, para que esas libertades no constituyan privilegios de minorías económicas, sociales o político partidistas. En consecuencia, esa labor ha sido y es reconocida por instituciones públicas y privadas, como entes colegiados del país y del exterior.

El grupo de comunicaciones motiva la producción informativa e investigativa, y los reconocimientos al trabajo de sus periodistas, su esfuerzo y su excelencia profesional son recompensados por ser parte del esfuerzo por fortalecer la sociedad día a día.

Capital humano

El cuerpo de editores, junto con los periodistas, desarrolla planes de cobertura para abordar un tema o realizar una investigación, según la coyuntura o las condiciones del medio. Algunos profesionales con amplia experiencia en el ejercicio del periodismo y otros dando sus primeros pasos, todos ellos siguen la misma senda que trazó el gestor y artífice de EL DEBER, Pedro Rivero Mercado, desde sus inicios.

Este equipo comprometido con el buen periodismo sale cada día a las calles en busca de información. Con su escenario multimedia llega al público cada vez de forma más oportuna, porque el grupo EL DEBER ha integrado sus plataformas informativas (periódico, web y radio) para acercarse a la gente, tener una interacción permanente con ellos y llevar a cabo la noticia oportunamente, antes que los demás.

El nuevo milenio llegó con reconocimientos a los trabajos publicados que tuvieron mayor impacto en la sociedad. En 2002, el reportaje *Pantanal en riesgo*, de Juan Carlos Rivero, tuvo repercusiones en el medio; de la misma forma, en 2005, *Loros for export*, de Francisco Javier Méndez, y en 2006, *Orquídeas: La aventura de la 'bailarina'*, de Ricardo Herrera, fueron destacados.

En 2005, Roberto Navia recibió su primer reconocimiento

ARCHIVO

PREMIO REY DE ESPAÑA 2015
Navia recibe del rey Felipe VI la estatua en bronce de Joaquín Vaquero

"Don Pedrito, mi padre adoptivo, lleno de ideas revolucionarias y planes para todos, me hizo parte de su gran sueño, EL DEBER, hace muchos años cuando realizábamos las primeras producciones de Sociales, en blanco y negro. Disfruté el ascenso de su querido periódico, hasta situarse en la cima"

PABLO MANZONI
FOTÓGRAFO

"Felicito a EL DEBER en su búsqueda constante de informar, educar y entretener, siendo necesario enfatizar en la educación, ya que como referente local y nacional influye positiva o negativamente en sus lectores, teniendo la responsabilidad de ser ecuánime"

MARÍA BEATRIZ MEDINA
ABOGADA

con el premio Lorenzo Natali, que otorga la Comisión Europea por el reportaje *Trabajar o morir*. Al año siguiente recibió el Premio Nacional de Periodismo por el artículo *La maldición de ser sudaca*, galardón que concede la Asociación de la Prensa de Bolivia. En 2007, obtuvo el Premio Ortega y Gasset que concede el diario español El País por el trabajo *Esclavos made in Bolivia*.

En 2008, Alicia Bress obtuvo una mención de honor del Programa de Orientación Moral (POM) por su trabajo en pro de la educación boliviana.

La revista dominical Extra postuló sus reportajes al Concurso de Periodismo Ambiental, que es anualmente convocado por Conservación Internacional Bolivia, y obtuvo el premio al reportaje 2012, *Flechas contra el asfalto*, escrito por Roberto Navia, mientras que en 2014 fue el reportaje *Los piratas desangran el Amboró y quienes lo cuidan son cada vez menos*, también de Navia, que ganó el concurso.

En 2013, la revista Dinero ganó el premio nacional de periodismo en RSE. Fueron premiados los periodistas Efraín Varela y Gary Rojas, por su reportaje *Acciones de RSE germinan en nuevos negocios sostenibles*.

El suplemento Séptimo día publicó *Tribus de la inquisición*, firmado por Roberto Navia Gabriel, que fue galardonado en 2015 con el Premio Internacional de Periodismo Rey de España en la categoría de Prensa.

El reportaje *Banca digital, un aliado del productor agropecuario* se hizo con el galardón en la categoría periodismo digital. El concurso es auspiciado por Banco Bisa y los periodistas Miguel Roca y Ernesto Estremadoiro lograron el primer lugar en la XVI Versión del Concurso Nacional de Periodismo Especializado en Banca 2017.

Navia, Fernández, Bress, Méndez, Herrera, Roca, Paredes, Vaca y Rivero son el reflejo de la misión de esta casa periodística

Los más recientes

En 2018, Nelfi Fernández fue distinguida como miembro del Consorcio Internacional de Periodista de Investigación (ICIJ), a raíz de su trabajo *Papeles de Panamá*, como periodista de datos. Y a finales del mismo año, junto con Iván Paredes, recibió el reconocimiento de la Asociación de Periodistas de La Paz, en la categoría digital, por el trabajo *Las víctimas invisibles de la trata y tráfico en Bolivia*, en el marco del Premio nacional de Periodismo.

Los primeros días de febrero, la buena noticia volvió a llenar de orgullo el pecho de los obreros de la redacción, Roberto Navia repitió la hazaña, convirtiéndose en el primer periodista boliviano en ganar dos veces el Rey de España, esta vez fue por el trabajo de investigación *Los colmillos de la mafia*, en su categoría Periodismo Ambiental y Sostenible, por un trabajo multimedia de denuncia de la caza ilegal e indiscriminada de jaguares en Bolivia.

ARCHIVO

1. El Comité Pro Santa Cruz otorgó al Dr. Pedro Rivero la Medalla al Mérito Cruceño por sus relevantes servicios a Santa Cruz y al país, en octubre de 2005.

ARCHIVO

2. En 2018, los periodistas Nelfi Fernández Reyes e Iván Paredes Tamayo recibieron menciones honrosas en la entrega del Premio Nacional de Periodismo

DISTINCIONES

Año tras año la semilla ha caído en suelo fértil

Los galardones que premian esta labor realizada con responsabilidad y ecuanimidad son un estímulo para seguir en la senda

El 21 de febrero de 1987, el Gobierno de la nación impuso a EL DEBER la Condecoración de la Orden del Cóndor de los Andes, la más alta distinción que otorga el Estado a ciudadanos e instituciones nacionales o extranjeros, por eminentes servicios, civiles o militares, prestados a la nación y a la humanidad.

Después que el cóndor se posó en el Diario Mayor, llegaron otras distinciones y condecoraciones, como la medalla al Mérito Municipal en septiembre de 1991 y, tres años más tarde, el Premio Periodismo y Cultura recompensó esta noble labor.

En diciembre de 1995, la Federación de trabajadores de la Prensa y la Asociación de periodistas de Bolivia conceden el Premio Nacional de Periodismo.

En 1996, el honorable Senado Nacional otorga la Condecoración Parlamentaria Nacional en el Grado Bandera de oro por los servicios prestados a la nación en los campos educativos, cultural y profesional.

Al finalizar ese año, el Gobierno de la República de Bolivia confiere el Premio Nacional de Cultura en reconocimiento a su destacado aporte al desarrollo de la cultura boliviana.

Logros a pulso

El nuevo milenio llegó con la Medalla de oro, otorgada por la Unión de Mujeres Latinoamericanas. El reconocimiento al director Pedro Rivero Mercado, como Boliviano notable del siglo XX, concedido por Enfoques 2000 y Televisión Boliviana.

Tras este, hubo otras compensaciones a escala local, nacional e internacional.

El premio Libertad, conferido por la Asociación Nacional de la Prensa, en mayo de 2010, marcó otro hito en EL DEBER y los otros no menos importantes reconocimientos y compensaciones que suman más de 60 y que engalanan la galería de premios de esta casa periodística. Llegaron con el nombre del director el Dr. Pedro Rivero Mercado o para EL DEBER, que era lo mismo, porque el gestor dio su vida por este proyecto, que cumplió 66 años.

Medalla. La condecoración nacional de la Orden del Cóndor de los Andes es la más alta distinción que otorga el Estado boliviano

66 AÑOS

"Saludo a las personas que hacen posible la edición y redacción de este matutino, el cual conozco desde que tengo uso de razón. He crecido con el Debercito y hoy como profesional, me mantengo informado a través de sus plataformas. EL DEBER es parte de mi educación y cultura"

ALEJANDRO PEDRAZA
MÉDICO

"Feliz Aniversario a EL DEBER, nuestro diario mayor, por ser el referente de la noticia veraz e imparcial. Es el periódico que nos representa a todos los cruceños. Desde sus inicios fue un ejemplo para todo medio de comunicación local y nacional, por ello es reconocido"

PAUL LOBO
TRANSPORTISTA

ALICIA BRESS PERROGÓN
abress@eldeber.com.bo

Los hitos de 66 años. Servicio a la comunidad y búsqueda de la verdad son los pilares sobre los que se erigió y que mantienen a EL DEBER como el número uno en noticias en Bolivia. Los gestores de esta historia cuentan cómo llegamos hasta aquí

El diario que se volvió medio multiplataforma

"Con la voluntad de Dios y el esfuerzo de hombres de buena fe, EL DEBER, un diario para pueblos que no pueden vivir sin luz". La frase del doctor Pedro Rivero Mercado, fundador y maestro de esta casa periodística, resume a cabalidad los 66 años de historia de este grupo de comunicaciones.

Credibilidad, independencia, servicio a la comunidad, defensa de la libertad, búsqueda incesante de la verdad e innovación constante, son los pilares fundamentales que han llevado al grupo EL DEBER a ser la plataforma noticiosa número uno de Bolivia.

Para Pedro Rivero Jordán, director general del grupo, tras el largo camino de estos 66 años de existencia, la celebración es un momento para la reflexión y la renovación de los propósitos fundacionales de ofrecer un periodismo de calidad, hoy desde una variedad de plataformas, pero en la esencia con la que se creó la empresa: servicio a la comunidad y búsqueda de la verdad.

"Todos hemos puesto nuestros mayores y mejores esfuerzos para mantener este liderazgo que costó mucho construir", reconoce el director general. "Es una responsabilidad y un compromiso que renovamos día a día, conscientes de que somos líderes gracias a la credibilidad e independencia, que caracteriza EL DEBER como marca y como grupo multimedia. Gracias a ello tenemos una audiencia masiva que se multiplica y crece año tras año", remarca.

¿Cómo llegamos hasta aquí?

Doña Rosa Jordán de Rivero, gestora de la obra y accionista, rememora que comenzaron solos con su esposo, Pedro, codo a codo, en un cuartito alquilado donde se hacía el diario y se atendía a los clientes. A medida que crecieron sus cinco hijos, Guillermo, Pedro, Sonia, María del Rosario y Juan Carlos, se fueron incorporando al trabajo.

"Ellos fueron un pilar importante, porque en lugar de irse al exterior a estudiar, decidieron quedarse a colaborarnos. Sin el apoyo de ellos y sin nuestro coraje para endeudarnos, comprar maquinaria, construir oficinas y crecer, EL DEBER, no sería lo que hoy es", asegura.

Sonia Rivero Jordán, accionista de EL DEBER, hace hincapié en el hecho de que el grupo de comunicaciones está donde está gracias al trabajo sin tregua y a la fe inquebrantable de sus padres, Pedro y Rosa, "que siempre caminaron de la mano de Dios".

Otro pilar fundamental, añade, son los valores que les inculcaron sus progenitores a sus hijos, y coincide en citar el servicio, la defensa de la justicia y la verdad, y compartir todo con la gente.

"Esa era la filosofía de papá, desde que éramos un 'periodiquingo', pensaba en la gente y no en el dinero. Siempre decía: 'si la gente no es feliz, no se puede hacer empresa'", recuerda.

"La caridad, el servir a su pueblo antes de ser servidos, el perdón y el tender la mano hasta a quien le hacía daño, fueron fundamentales para Pedro y Rosa. Papá me decía: 'no sé por qué Dios nos ha bendecido tanto, si no soy perfecto, soy un pecador.' Yo le respondía, es por tu corazón, eso es lo que mira Dios. Los hijos y ahora los nietos hemos seguido ese ejemplo. Somos una familia de escasos recursos que batallamos juntos como muchas otras familias, y eso nos llevó adonde estamos hoy", apunta.

Los cambios en la gestión

A su vez, Juan Carlos Rivero, director ejecutivo y presidente del Directorio, indica que el grupo nació como una empresa familiar y en su esencia, lo sigue siendo, pero a lo largo de su historia ha tenido transformaciones, siempre en acuerdo con las necesidades.

Un cambio relevante, indica, fue pasar a ser una Sociedad Anónima, lo que ocurrió en 2006 tras al crecimiento de los emprendimientos de la familia Rivero.

Hoy el Grupo EL DEBER cuenta, además del diario, con la imprenta, la radio y la plataforma digital más requerida de Bolivia.

"Con la dimensión de la empresa era necesario que se conforme un directorio de personas externas a la familia, profesionales destacados que nos asesoren en

Desde este hermoso país que me acoge desde hace siete años, quiero saludar y agradecer toda la información brindada mediante la web de EL DEBER y en especial la revista Para Ellas. Que nos dan día a día las noticias y novedades que están aconteciendo en nuestro país"

GABRIELA ARANDIA
IQUIQUE/CHILE

Una calurosa felicitación y decirle que los bolivianos en Ginebra, estamos siempre comunicados directamente con nuestro país, siguiendo el día a día mediante la web de EL DEBER, que es un patrimonio de los cruceños. Les deseo muchos años más de vida"

NINA SUÁREZ
GINEBRA/SUIZA

ARCHIVO EL DEBER

UN APASIONADO POR SU OFICIO

"Pedro era un hombre inteligente que amaba lo que hacía", dice doña Rosa

JORGE UECHI

ROLANDO VILLEGAS

la mejor conducción en busca de fortalecimiento como empresa periodística, pero también para diversificarnos y agregar unidades de negocio que fueran complementarias a nuestro negocio central que es el periódico", señala.

Hace poco más de dos años la empresa dio otro paso trascendental con la incorporación de gerentes, con el fin de profesionalizar la gestión con personas idóneas en la Gerencia General, la Comercial y de Marketing, la de Finanzas y la de Gestión Humana. La familia, continúa presente a través de un Consejo Familiar y otro Editorial, pero con una mirada global del negocio.

"El grupo EL DEBER está consolidado y nos causa orgullo ver que somos líderes en diferentes plataformas de noticias, pero todavía tenemos desafíos importantes", destaca Juan Carlos Rivero, y menciona: lograr mayor presencia nacional y mantener el crecimiento de la radio y la página web.

"A pesar de ser número uno en Bolivia, queremos tener más presencia en las otras capitales de departamento. Hay espacio para seguir avanzando y potenciar nuestra marca multiplataforma sin descuidar nuestra columna vertebral que es el impreso y el periodismo de calidad", explica.

Socio clave para las marcas

Gerardo Pereyra, gerente general, destaca que ocupar el primer lugar en información en Bolivia, se cimenta en los principios éticos y la calidad humana de la familia Rivero Jordán y los lineamientos que dieron doña Rosa y don Pedro, pero también, y no menos importante en los buenos talentos que con los años se incorporaron a la empresa.

"Viene una época distinta", dice, con cambios en los patrones de consumo del público, que se expresan en el desarrollo de la edición digital. "Nos adaptamos para llegar a todas las audiencias de manera masiva. Debemos ser conscientes que esta no es una época de cambios, sino un cambio de época", señala.

El grupo multimedia suma más de cuatro millones de contactos al mes con una audiencia constante y numerosa que cree en él

En años recientes, subraya, EL DEBER se fue transformando, manteniendo su alta reputación y credibilidad frente a las 'fake news' y la sobreabundancia de información. Y de ahí la fortaleza del Grupo: "ha logrado que las marcas valoren y recurran a ese potencial. Hoy por hoy, esta empresa periodística busca cómo convertirse en el socio estratégico de los anunciantes", explica Pereyra.

Por su parte, Diana Hurtado, gerente comercial, resalta que EL DEBER pasó de ser un periódico a ser un grupo multimedia que logra más de cuatro millones de contactos mensuales con una audiencia constante y numerosa, lo que acredita su transparencia y profesionalismo. "Esto es imparable. Conectamos e informamos, y una de las propuestas es generar contenidos de valor en conjunto con las marcas. Así vamos creando comunidades segmentadas que se agrupan temáticamente para llegar más directamente a nuestros clientes", concluye.

1. Rosa Jordán de Rivero, rodeada de sus hijos, Guillermo, Pedro, Sonia, María del Rosario y Juan Carlos, y de algunos de sus nietos.

2. Miriam Bejarano, gerente administrativa, Paola Querejazu, gerente de RRHH, Cristina Eguez, gerente financiera, Gerardo Pereyra, gerente general, Diana Hurtado, gerente comercial y Ramiro Galindo, de operaciones.

FECHAS IMPORTANTES

El 10 de junio de 1953. Marca el inicio de la circulación de EL DEBER fundado por el Dr. Lucas Saucedo Sevilla, circulaba martes y sábado. Desde sus inicios hizo suya la defensa de las regalías petroleras del 11%.

El 22 de noviembre de 1959. La intolerancia de los militantes del partido de gobierno causa destrozos en sus instalaciones y su material de trabajo, lo que obliga a un receso forzado en sus publicaciones. Estuvo cerrado cinco años.

El 11 de febrero de 1965. EL DEBER reanuda sus ediciones, comenzando la segunda época bajo la dirección del Dr. Pedro Rivero Mercado. Sus oficinas estaban en la calle Bolívar, esquina Beni.

En agosto de 1988. Se inauguró el primer edificio propio del diario mayor, situado en la calle Suárez Arana, casi esquina Barrón. Allí también comenzó a operar Radio EL DEBER.

El 25 de septiembre de 1996. Se realizó la inauguración oficial del actual edificio central de EL DEBER, aunque en mayo ya funcionaba la oficina en estos 2.400 mts2, situados sobre el segundo anillo, casi avenida San Aurelio.

VERACIDAD
Cómo hacer periodismo en tiempos de noticias falsas
PÁGS. 4-5

LA REDACCIÓN
Tecnología y talento para responder a cada desafío
PÁGS. 6-7

INNOVACIÓN
Tres productos para hacer comunidad en una nueva etapa
PÁGS. 10-11

CONSOLIDACIÓN
El grupo crece gracias al poder de sus múltiples plataformas
PÁGS. 2-3

En su aniversario 66 el Grupo EL DEBER consolida su liderazgo nacional informativo, multimedia y empresarial. El diario de cada día se reinventa en una fuente de noticias que alcanza a millones de usuarios al mes dentro y fuera del país